



# CONEXIÓN CON EL CONSUMIDOR

DEPARTAMENTO DE ASUNTOS DEL CONSUMIDOR DE CALIFORNIA

[www.dca.ca.gov](http://www.dca.ca.gov)

## La compra del primer carro de su adolescente: Sugerencias sensatas

Sugerencias para sobrevivir

# los altísimos precios de la gasolina

Nueva coalición se concentra en la seguridad de los niños en el Internet



¡Sus deseos son órdenes! Si bien *Conexión con el Consumidor* es una revista en línea, hay disponibles copias impresas. Para obtener copias de este número y de números anteriores, póngase en contacto con la Oficina de Desarrollo de Normas y Publicaciones del Departamento de Asuntos del Consumidor, llamando al (866) 320-8652 ó escribiéndonos a 1625 N. Market Blvd., Suite N-112, Sacramento, CA 95834.



# índice

## CONEXIÓN CON EL CONSUMIDOR

VERANO / OTOÑO DE 2006

Nota de la directora	3	El DCA ayuda a veteranos a prevenir el robo de identidad	15
Resumen de la cumbre sobre personas de mayor edad	4	Los consumidores dan un suspiro de alivio con la expansión del Programa de reparaciones y dada de baja de automóviles	16
Nueva coalición se concentra en la seguridad de los niños en el Internet	5	¡No sea el blanco de estafadores! Protéjase contra los ladrones de identidad	18
La compra del primer carro de su adolescente: Sugerencias sensatas	6	Encuesta de Conexión con el Consumidor	19
Próximamente: Guía de psicología en chino, coreano y español	8	Los consumidores hablaron y el DCA escuchó	20
Grupo del DCA elabora normas de seguridad para los pedicuros	9	Alerta de estafa a los consumidores: Resumen de estafas ocurriendo en el Estado	22
12 nuevas publicaciones en la lista de las principales publicaciones del DCA para el consumidor	10	Calendario de extensión	23
Declaración de derechos de los compradores de automóviles	12		
Sugerencias para sobrevivir los altísimos precios de la gasolina	14		

► **Conexión con el Consumidor** es una publicación de la Oficina de Desarrollo de Normas y Publicaciones del Departamento de Asuntos del Consumidor. Si tiene alguna pregunta o comentario, comuníquese con nosotros al: [consumerconnection@dca.ca.gov](mailto:consumerconnection@dca.ca.gov).



## Bienvenida de la directora

El mes de marzo pasado, John Suhroff, uno de nuestros titulares de licencia de los Profesionales de Atención Respiratoria, ganó la admiración de millones de personas del mundo entero. Encontró una bolsa en el banco de un parque de Sausalito y se la entregó a la policía. Después, cuando se enteró de que contenía joyas y dinero en efectivo por un valor de \$1 millón, dijo que no le importaba. Sintió que devolver la bolsa era su obligación, parte del contrato social que une a la sociedad civil.

Luego, escuché de Ray Crews, uno de nuestros representantes de programas de la Oficina de Mediación de Quejas de El Monte Sur. Crews decidió pasar sus vacaciones ayudando a residentes de Pascagoula, Mississippi, a restaurar sus hogares, que fueron destruidos durante el huracán Katrina. ¿Tenía él vínculos personales con las víctimas de Katrina? No. Entonces, ¿por qué quería renunciar a unas vacaciones bien merecidas? Porque podía simpatizar con las víctimas. “Perdimos nuestro hogar en un incendio en 2003,” explicó. “El seguro reemplazó lo que se podía reemplazar, pero el sentimiento de pérdida perduró”.

La labor de Crews también emanó del contrato social: el concepto de que cuando el prójimo sufre desgracias tenemos la obligación social de ayudarlo.

¿Qué tienen que ver esos actos con la misión del Departamento de Asuntos del Consumidor (DCA)? Todo lo que hacemos, desde nuestras cumbres sobre Personas de Mayor Edad y Robo de Identidad hasta nuestra División de Investigación del Centro del Información al Consumidor, es parte de un esfuerzo para proteger a los consumidores contra personas que desatían el contrato social, depredadores humanos que acosan a los inocentes, los débiles, y los crédulos.

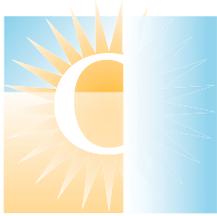
Algunos de los más peligrosos de estos depredadores son los pedófilos, que utilizan el Internet como un terreno de bajo riesgo para cazar víctimas inocentes. Estadísticas recientes muestran que en hay unos 50,000 de esos depredadores en línea a todo momento. El DCA y su Oficina de California de Protección de la Privacidad (California Office of Privacy Protection, COPPP) han unido fuerzas para presentar “Ciberseguridad para California” (“Cyber Safety for California”) el 18 de octubre en Sacramento. El foro se dirigirá a las posibles amenazas que enfrentan los niños en línea de depredadores, pornografía infantil e invasiones de la privacidad, y discutirá las actividades que realizan—como formación de redes sociales, piratería, citas por Internet y matoneo por Internet—que les pueden causar problemas. Exploraremos las diversas maneras de proporcionar refugio a los usuarios jóvenes de Internet y expertos de la industria compartirán sus mejores prácticas para el uso seguro, inteligente y legal de Internet. Se puede encontrar más información en [www.cybersafety.ca.gov](http://www.cybersafety.ca.gov).

En las últimas semanas de julio, el DCA ofreció un tipo de refugio diferente a los consumidores de California: refugio del sol. Un implacable foco de alta presión creó más de 10 días de calor extremo en todo el estado, causando apagones y preocupación por la salud y la seguridad de todos los californianos. El Centro de Información del Consumidor (Consumer Information Center, CIC) del DCA tomó acción inmediatamente para ayudar a los californianos a encontrar alivio del calor. El CIC creó una línea telefónica especial dedicada a las llamadas vinculadas al calor extremo. Entre el 26 de julio y el 1º de agosto, personal asignado específicamente a esa línea contestó más de 92 llamadas de ciudadanos de California, de los medios de comunicación y del gobierno del estado, y ayudó a los que llamaron a encontrar el centro de alivio del calor más cercano y ofreció otra información vinculada a cuestiones del calor.

Si es en el trabajo o fuera del horario de trabajo, el personal del DCA está dedicado a ofrecer asistencia a los que la necesitan. No sólo es una obligación... es parte del día de trabajo.

Atentamente,

CHARLENE ZETTEL, DIRECTORA  
Departamento de Asuntos del Consumidor



# Resumen de la Cumbre sobre Personas de Mayor Edad

Ya tenemos los resultados iniciales y son buenos. La “Cumbre sobre personas de mayor edad: Proteger y servir a la población de envejecientes de California” fue un evento muy exitoso.

“Los comentarios orales fueron muy positivos”, dijo Antonette Sorrick, vicedirectora de Relaciones de las Juntas del Departamento de Asuntos del Consumidor (DCA). “La gente [ya] estaba preguntando por el evento del año que viene”.

Más de 400 personas – incluyendo agentes de la ley, cuidadores, trabajadores de atención de la salud, expertos en fraude y personas de mayor edad – asistieron al evento del 12 de mayo en el Centro de Congresos de Sacramento, patrocinado por el DCA y facilitado por Consumer Action.

El día empezó con presentaciones y oradores, incluyendo Rosario Marin, Secretaría de la Agencia de Servicios Estatales y al Consumidor; Charlene Zettel, Directora del Departamento de Asuntos del Consumidor; Paul Greenwood, Viceprocurador General del Condado de San Diego, y un discurso de fondo de Edwin Walker, Vicesecretario adjunto de Política y Programas de la Dirección Sobre Envejecimiento de los Estados Unidos. La mañana terminó con dos presentaciones del panel, seguida por una tarde con 15 talleres interactivos que se dirigieron a temas como el seguro de salud, las estafas a las personas de mayor edad, la elección de una institución de cuidados a largo plazo y las tutelas.

Casi todos los talleres estuvieron tan llenos que no había dónde sentarse. Y si bien las personas hicieron fila en los corredores y se apiñaron en los salones de clase para oír las presentaciones, nadie pareció molestarse por la espera. ¿Por qué? Según Sorrick, lo que atrajo al público fue la calidad de la información presentada y de los oradores. “Los comentarios fueron positivos sobre la calidad de la información”, dijo. “Fueron específicos, no generales. El mensaje estaba realmente dirigido a problemas y adónde recurrir para obtener respuestas”. De los 42 oradores, el favorito pareció ser el viceprocurador general de San Diego, Paul Greenwood. Su pasión por la lucha por los derechos de las personas de mayor edad y su facilidad de palabra dejaron a los oyentes deseando oír más. “No es fácil igualarlo”, dijo Sorrick, “uno de los oradores pidió no hablar después de él”.

El resultado más importante de la cumbre fue una red de cuidados y servicios para la población de personas de mayor edad de California. “El evento seguirá teniendo un impacto positivo”, dijo Zettel. “Nos hemos esforzado en forjar una relación importante con otras entidades y organizaciones para formar una red de seguridad para los californianos de mayor edad. Esperamos seguir aumentando el momento positivo de la cumbre y trabajar todo el año para ayudar a las personas de mayor edad de California y protegerlos contra el fraude y las estafas”.

Según Sorrick, todavía no se fijaron planes para tener otra cumbre el año entrante; sin embargo, dice que si los planes para el evento siguen adelante, se volverá a realizar en mayo de 2007. Mayo es el mes designado como el mes de norteamericanos de mayor edad.

Los resultados de la encuesta de este año se pondrán en línea. Para más información sobre la Cumbre sobre personas de mayor edad, visite el sitio web en <http://www.seniorsummit.ca.gov/>. Si asistió al evento y desea llenar la encuesta, visite <https://app.dca.ca.gov/seniorsummit/survey.htm>.



# Nueva coalición se concentra en la seguridad de los niños en Internet



El Internet ha mejorado nuestras vidas y la sociedad de muchas maneras. Sin embargo, hoy en día uno de cada cinco niños es abordado sexualmente en línea y uno de cada cuatro está expuesto a material pornográfico. Estos inocentes siguen sin darse cuenta de que estos depredadores, expertos en ganarse la confianza de los niños, a menudo se quedan en las sombras de sus salones de charla favoritos. Con cerca de 21 millones de niños empleando el Internet, la Red es un refugio para los depredadores sexuales.

Los niños también son los blancos principales del “phishing”. Se los atrae a sitios sospechosos, atraídos por ofertas de productos “gratis” o de “ganancias instantáneas” que aparecen en ventanas emergentes (pop-ups). Una vez ahí, se persuade a los niños a que proporcionen información personal sobre ellos para poder participar en una rifa o reclamar un premio.

Al cumplir, se exponen y exponen a sus familias al robo de identidad y a la invasión de la privacidad. Otros lugares ilegítimos pueden ofrecer música y películas pirateadas que contienen virus, gusanos o programas espía, que pueden corromper la computadora del usuario. El Internet puede fabricar una realidad virtual, pero sus peligros inherentes son muy reales y con posibilidad de ser sumamente destructivos, especialmente para los niños.

Debido a ello, el Departamento de Asuntos del Consumidor, en asociación con la Oficina de California de Protección de la Privacidad, está formando la Coalición para la Seguridad de los Niños en Internet (CCCIS). Esta asociación, formada por organismos gubernamentales, agentes de la ley, empresas y organizaciones de la industria, se dirigirá a los muchos

males de la delincuencia en el Internet. La Iniciativa CCCIS luchará contra los peligros advirtiendo al público y promoviendo el uso **seguro, inteligente, legal y preventivo** (safe, smart, legal and preventive, SSLAP) de Internet por parte de los niños y los adolescentes.

Se organizarán foros en todo el estado para proporcionar a los padres y a los educadores los conocimientos, recursos y herramientas necesarios para protegerse, para que puedan parar a los delincuentes y ladrones en el Internet. También tendremos una cumbre en el otoño para promover la colaboración entre interesados de los sectores públicos, y privados, y para compartir una comprensión de los recursos, tendencias, técnicas y soluciones actuales. Estos programas estarán apoyados por un nuevo sitio web, [www.cybersafety.ca.gov](http://www.cybersafety.ca.gov), que contendrá sugerencias de seguridad actualizadas, recursos para los padres y educadores y agentes de la ley, y una lista de enlaces a nuestros socios y expertos de la industria. Juntos haremos que California sea un líder en seguridad en el Internet.



¡Ha llegado el momento temido!

# La compra del primer carro de su adolescente: Sugerencias sensatas



Ayer sus hijos estaban en pañales. De repente, es hora de que tengan su primer carro. ¿Y ahora qué? Preparar a su hijo para comprar – y cuidar – su primer carro puede ser uno de los mayores desafíos que enfrenta un padre. El proceso puede ser costoso, peligroso y exasperante, pero en nuestra cultura es algo prácticamente inevitable. El Departamento de

Asuntos del Consumidor puede ayudar proporcionándole las siguientes sugerencias y pautas.

Debido a que probablemente ésta sea la primera participación de su adolescente en una compra importante, ahora es el momento ideal para que aprenda un poco de responsabilidad financiera. La mayoría de los adolescentes no están equipados para lidiar con la presión de los vendedores de carros. Frecuentemente compran uno que está mucho más allá de sus necesidades básicas y presupuesto. No permitan que su primera experiencia sea negativa: déles mucha orientación durante el proceso de compra.

Si su hijo va a financiar el vehículo, verifique que entienda cuál será el costo total del préstamo y lo que ocurrirá si no hace los pagos del préstamo. Y verifique que entienda lo que serán los tipos de interés de los pagos atrasados y lo que ocurrirá si deja vencer la póliza de seguro.

Una cosa que cambió desde que nosotros tuvimos nuestro primer carro es que, gracias al Internet, tenemos acceso a un mercado de carros mucho mayor. En lugar de tener que comprar lo que se halla a disponible localmente, o incluso regionalmente, podemos buscar el carro perfecto en todo el país.

La primera decisión es qué tipo de carro buscar: ¿nuevo o usado? Los costos generales deben ser una consideración importante. Para los conductores novatos, conviene comprar un vehículo usado. Los conductores inexpertos pueden ser duros con un vehículo hasta que aprenden a manejarlo con delicadeza, así que ¿por qué arruinar un carro nuevo? Los vehículos nuevos pierden un gran porcentaje de su valor total el minuto que salen de la agencia. Eso pone a su adolescente casi inmediatamente en la posición de estar al revés en el préstamo, o sea deber más que lo que vale el carro. Probablemente lo mejor sería comprar le un buen carro usado.

Ahora considere qué tipo de vehículo buscar. El modelo debe ser uno que se haya comúnmente disponible y que mucha gente tenga, para que la probabilidad de encontrar un mecánico familiarizado con ese vehículo sea alta. Además, si es necesario repararlo, hay más disponibilidad de repuestos para los vehículos de mucha venta. Los repuestos de los carros nacionales tienden a ser más baratos y a hallarse más disponibles que los de modelos extranjeros. En el caso de un vehículo usado, también tiene la opción de emplear repuestos reciclados, para reducir los costos de mantenimiento del automóvil. Evite los vehículos especializados o los vehículos de limitada producción.

Además, evite los vehículos que puedan ser “imanes de problemas”. Les pueden parecer padrísimos a los muchachos, pero como adultos sabemos que esos vehículos son blancos de robo, vandalismo y afiliación a pandillas. La identificación de esos vehículos por lo general es fácil debido a las modificaciones cosméticas o de alto rendimiento. A menudo esos carros llaman la atención de agentes de la ley y sujetan a los adolescentes a que se los señale por el tipo de carro que manejan. Si el carro llama la atención de otros, ¡no lo compre para su adolescente!

Otra consideración es el millaje. El precio de la gasolina está por las nubes en este país, de manera que la economía de combustible es fundamental.

Le sorprenderá saber la cantidad de gasolina que consumen algunos vehículos comunes. Puede ir en línea y buscar uno de los numerosos calculadores de consumo de gasolina para obtener una idea aproximada de la cantidad de gasolina—o del

millaje—de vehículos específicos. Tenga presente que el millaje de combustible que aparece en la etiqueta de un vehículo nuevo puede ser hasta un 20% más que lo que obtendrá el usuario final en condiciones de tráfico normales.

Comprar un carro híbrido puede parecer ser una solución sencilla, pero muchas de las tecnologías “híbridas” avanzadas son simplemente demasiado costosas al principio como para ser económicas y pueden ser increíblemente costosas de reparar. En términos de tecnología, el ganador indudable en este aspecto es el diesel turbo de inyección directa. Estas nuevas tecnologías diesel limpias no tienen nada que ver con los dinosaurios humeantes que se construían hace años. Cuando se los maneja en el mundo real, estos vehículos pueden rendir rutinariamente 50 millas por galón y tener un excelente desempeño. Y con un mantenimiento sencillo, el motor diesel puede durar mucho más que lo que se esperaría de un vehículo impulsado por gasolina. Además, un aspecto de los motores diesel del que se oye poco es que emiten la mitad del bióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) que los motores similares de gasolina. Se considera que el bióxido de carbono es el principal gas de invernadero que aporta al recalentamiento mundial.

Ya hablamos del precio de compra y del costo de funcionamiento, lo próximo que nos ocupa es el seguro. La compra de un modelo de cuatro puertas en lugar de un modelo de dos puertas, de un carro en lugar de una camioneta pickup, de un automóvil de tracción simple en lugar de uno de tracción doble, de un automóvil con cambio automático en lugar de manual, e incluso de un motor equipado estándar en lugar de uno de alto desempeño, puede tener un impacto significativo sobre el costo del seguro. El costo del seguro puede ser muy elevado para los nuevos conductores, de manera que identifique un modelo que le guste, llame a su agente o compañía de seguros y al menos a un competidor

para obtener un par de presupuestos. Recuerde que si se deja vencer el seguro, los prestatarios pueden poner su propio seguro en el vehículo y añadir ese costo al préstamo.

Así que finalmente encontró un carro que les gusta a usted y a su adolescente. ¡Pare! Antes de comprarlo, haga un poquito más de investigación. Hoy en día, los consumidores tienen muchos instrumentos en la computadora para hacer un chequeo de antecedentes de un carro. Algunas de las señales de advertencia incluyen vehículos con “títulos rescatados” (salvaged titles), o vehículos con títulos que dicen “compromiso de recompra de la agencia” (dealer buyback o Lemon Law buyback) o “el odómetro no muestra el millaje real” (odometer not actual mileage). Además, evite los vehículos de venta por embargo, los vehículos descartados y los vehículos comprados en casas de remates. Y apártese de los vehículos sobre los que el vendedor no esté dispuesto a darle un certificado de “smog”. Los vendedores particulares y las agencias tienen obligación legal de entregar un certificado de cumplimiento de smog llamado “smog certificate” en el momento de la venta.

Los consumidores también pueden tener acceso a y buscar antecedentes problemáticos de “smog” de un vehículo en California en [www.smogcheck.ca.gov](http://www.smogcheck.ca.gov). Si el vehículo tuvo alguna dificultad en pasar la inspección de smog en el pasado, lo más probable es que siga ocurriendo lo mismo en el futuro. Además, es posible que los propietarios de vehículos que vengan de fuera del estado con menos de 7,500 millas en el odómetro no los puedan registrar en el Estado de California. Llame al (800) 952-5210 para más información. Recuerde que el Estado de California es un estado “tal como está”. Eso quiere decir que si lo compra, es suyo, con problemas y todo.

Finalmente, siempre haga que un mecánico certificado por la ASE (Automotive Service Excellence) haga una inspección del vehículo antes de que usted lo compre.

En resumidas cuentas, no hay sustituto de una inspección realizada por un profesional capacitado. Este paso sencillo le puede ayudar a evitar comprar un problema ajeno. La mayoría de las tiendas de las grandes cadenas de reparaciones de vehículos ofrecen este servicio. Lo único que tiene que hacer el comprador es dejar el vehículo y firmar un presupuesto aproximado de la inspección. El comprador puede pagar la inspección por adelantado con una tarjeta de crédito y hacer que le envíen el formulario de la inspección completada por fax. Esto es sumamente práctico, especialmente si el vehículo está situado lejos del comprador.



*(continúa en la página 8)*

Por último—y un punto muy importante—conviene estimular a su adolescente a que se inscriba en una clase de tecnología del automóvil para principiantes. Esas clases están disponibles de muchas fuentes, incluyendo escuelas secundarias, diversos programas de educación de adultos y en las universidades comunitarias locales. En esas clases, los estudiantes aprenden teoría básica del automóvil y cierto mantenimiento rutinario común para todos los automóviles. También conviene que

los conductores jóvenes tomen una clase de seguridad y del conductor de nivel avanzado, además del curso básico que requiere el Departamento de Vehículos Automotores. Mientras más información tienen los nuevos conductores sobre sus vehículos, más segura y agradable será su primera experiencia detrás del volante.

## Próximamente:

# Guía de psicología en chino, coreano y español

Los problemas nos encuentran a todos. Y cuando lo hacen, podemos recurrir a varias fuentes de ayuda. En algunos casos, un psicólogo acreditado puede proporcionar asistencia valiosa y asesoramiento. La disciplina de la psicología se originó en el Occidente, pero ahora tiene practicantes e investigadores en el mundo entero. Aunque estos servicios se hallan disponibles en todo el mundo, no todas las culturas y grupos socio-económicos están al tanto de los servicios que pueden recibir de psicólogos y profesionales afines. Debido a ello, la Junta de Psicología de California están en proceso de traducir el folleto *For Your Peace of Mind: A Consumer Guide to Psychological Services (Para su tranquilidad mental: Una guía de servicios psicológicos para el consumidor)* en chino, coreano y español. La guía cubre una amplia selección de temas, incluyendo:

- Cómo lo puede ayudar un psicólogo
- Cómo se capacitan los psicólogos
- Declaración de derechos de los pacientes
- Cómo puede tener acceso a la Junta de Psicología de California en Internet para verificar la licencia de un psicólogo
- Cómo presentar una queja contra un psicólogo
- Otras fuentes de ayuda
- ¡Y más!

Puede tener acceso a la versión en inglés este folleto en [www.psychboard.ca.gov/pubs/consumer-brochure.pdf](http://www.psychboard.ca.gov/pubs/consumer-brochure.pdf) o, para obtener una versión impresa, escriba a:

California Department of Consumer Affairs  
Policy and Publications Development (PDD) Office  
1625 North Market Blvd., Suite N-112  
Sacramento, CA 95834

## Probar las aguas:

# Grupo del DCA elabora normas de seguridad para los pedicuros

Ir al pedicuro solía ser algo que se consideraba agradable e inofensivo. Sin embargo, ciertos brotes recientes de micobacterias y de infecciones por estafilococos resultantes de establecimientos que no siguieron procedimientos correctos de desinfección han causado preocupación en todo el país.

California no es ninguna excepción: En 2000, más de 100 clientes de pedicuros sufrieron un brote de forúnculos en el Condado de Santa Cruz cuyo origen se rastreó hasta un salón de Watsonville. En 2001, la Junta de Peluquería y Cosmetología (Board of Barbering and Cosmetology, BBC) del Departamento de Asuntos del Consumidor (Department of Consumer Affairs, DCA) adoptó nuevas reglamentaciones más estrictas para desinfectar y limpiar los salones de pedicuros, sin embargo, el problema persistió. En noviembre de 2004 hubo un brote en el Condado de Santa Clara, que esta vez involucró 33 salones y 143 clientes. En marzo de 2005, 17 personas contrajeron infecciones de piel vinculadas a pedicuros en el Condado de Contra Costa.

Hoy en día, “arreglarse las uñas de los pies” puede resultar en lesiones, desfiguramiento y hasta la muerte.

El Proyecto de Ley 1263 de la Asamblea fue presentado en 2005 por el miembro de la Asamblea Leland Yee. Proponía sentar normas de seguridad mínimas para el equipamiento de los pedicuros y hubiera requerido que la BBC adoptara nuevas reglamentaciones para la desinfección y la limpieza del equipamiento de pedicuros. A pesar de que el gobernador Schwarzenegger vetó el proyecto de ley en octubre de 2005, requirió que el DCA formara un grupo de trabajo especial para que determinara los métodos correctos de desinfección y seguridad del equipamiento de los pedicuros, para proteger a los consumidores.

Encabezado por Charlene Zettel, la directora del DCA, el grupo de trabajo, formado por expertos en la industria de la BBC, profesionales de salones, departamentos de salud de condados y fabricantes, se reunió cinco veces a principios de 2006. El grupo propuso un conjunto de recomendaciones para salones y spas para normas y reglamentaciones de desinfección y limpieza de los artículos empleados por pedicuros, junto con recomendaciones de aumentar las multas aplicables a los salones y spas por incumplimiento de estas nuevas normas de salud y seguridad.

El grupo también elaboró una lista de recomendaciones de seguridad para que sigan los consumidores antes, durante y

después de ir al pedicuro, para ayudar a reducir el riesgo de infección:

- No se afeite ni se aplique cera a las piernas 24 horas antes de ir a un pedicuro. Afeitarse y ponerse cera aumenta el riesgo de infección. Si tiene cortadas en la piel o llagas abiertas en la parte inferior de las piernas, no vaya al pedicuro.
- Visite el sitio web de la BBC, en [www.barbercosmo.ca.gov](http://www.barbercosmo.ca.gov), para ver si su salón o el pedicuro fueron disciplinados por haber violado las reglas.
- Pregunte cómo el salón limpia y desinfecta su equipamiento de pedicuros. Si vacilan o no le responden, le conviene ir a otro lugar.
- Pida ver el Registro de Limpieza y Desinfección de los artículos que utilizan los pedicuros. Todos los salones deben mantener datos precisos de los procedimientos diarios y semanales de limpieza y desinfección.
- Ve a si el salón está limpio. Si tiene alguna duda sobre la limpieza del salón, váyase.

Si tiene alguna inquietud o desea presentar una queja, póngase en contacto con la Junta de Peluquería y Cosmetología, llamando al 1-800-952-5210.



¿Qué se dice sobre los consumidores de California? Que están bien informados. Que conocen bien el mercado. Que están protegidos contra estafas. Que están al tanto de las leyes y reglamentaciones que los afectan. Y que saben adónde recurrir para obtener ayuda cuando la necesitan.

Aparte de conceder licencias y de hacer cumplir las leyes y reglamentaciones, una parte importante del Departamento de Asuntos del Consumidor de California (California Department of Consumer Affairs, DCA) es mantener a los consumidores informados – en línea, por teléfono y especialmente con

ayuda a miles de consumidores, empresas y otras organizaciones con asuntos vinculados a los derechos a la privacidad. Este folleto explica lo que hace la COPP y contiene un conjunto de principios de privacidad básicos para todos los consumidores. Disponible en español dentro de poco.

**Autoayuda para el Consumidor: Sugerencias y recursos para resolver quejas del consumidor:**

Antes de salir y pagar por servicios y productos, grandes o pequeños, le conviene echar una ojeada a este folleto. Contiene información sobre cómo protegerse contra las estafas, qué hacer

# 12 NUEVAS PUBLICACIONES DE LAS PRINCIPALES PUBLICACIONES DEL DCA DE ASISTENCIA AL CONSUMIDOR

materiales impresos. La Oficina de Desarrollo de Normas y Publicaciones del DCA se complace en anunciar que 12 publicaciones – nuevas o revisadas y con la información más reciente para los consumidores de California – ahora se hallan disponibles impresas y en línea, y que la mayoría de ellas se ofrecen en español y otros idiomas.

**Departamento de Asuntos del Consumidor: Lo que hacemos y cómo lo hacemos** es una guía práctica para todos los consumidores. Contiene listas completas de sitios web, direcciones y números de teléfono de todos los programas, organismos, juntas, divisiones, oficinas, comités y comisiones del DCA, junto con las áreas de las cuales son responsables esas entidades. El folleto también examina la misión, la historia y las responsabilidades del DCA, para asegurar que haya un mercado equitativo para todos. Disponible en inglés y dentro de poco en español.

**Hacerse miembro de un gimnasio:** Ha decidido hacerse miembro de un gimnasio, pero tiene varias preguntas, tales como: ¿Qué pasa si no le gusta, se enferma o se muda a otra ciudad? ¿Qué pasa con el contrato que firmó? ¿Cómo sabe qué lugar es el mejor para usted? Este folleto responde a esas preguntas y más. Disponible dentro de poco.

**Oficina de California de Protección de la Privacidad:** Todos los años, la Oficina de California de Protección de la Privacidad (California Office of Privacy Protection, COPP)

si tiene una queja, una carta modelo para presentar su queja, una explicación de los problemas de resolución de disputas, y una lista de lugares a los que puede ir para obtener ayuda. Disponible en inglés y dentro de poco en español.

**Concentración en sus ojos: Guía para el consumidor para el cuidado de la vista:** Este folleto, producido por la Junta de Optometría de California, explica la diferencia entre las cuatro Os: Ópticos, Oftalmólogos, Optómetras y Optómetras asistentes, así como los beneficios de examinarse la vista regularmente, sus derechos como consumidor, lo que necesita saber sobre su receta y más. Disponible en inglés y en español.

**Departamento de Asuntos del Consumidor: Programa de mediación de quejas:** El Programa de Mediación de Quejas del DCA está a cargo de mediar quejas que presentaron los consumidores contra ciertas industrias. El folleto explica cómo funciona el programa, los tipos de disputas en las que actúa como mediador y las otras opciones que se hallan disponibles. Disponible en inglés y en español.

**Ayuda para compradores de carros nuevos con problemas:** Si el carro nuevo que compró pasa más tiempo en el taller de reparaciones que en su garaje, es posible que califique para protección de conformidad con la Ley de Limón de California. Este folleto del Programa de Certificación de Arbitraje responde a las preguntas frecuentes sobre la Ley de

Limón: qué es, qué cubre, qué no cubre, dónde encontrar ayuda y cómo preparar su caso para arbitraje. Disponible en inglés y dentro de poco habrá traducciones al español y chino.

**Sea inteligente, compre con inteligencia:** Esta serie de cinco hojas informativas ofrece sugerencias para mantener a los compradores inteligentes y avisados sobre sus derechos como consumidores y lo que la ley de California requiere que los vendedores hagan y no hagan. Los temas que se cubren en esta serie son los siguientes: Ventas de puerta a puerta, por teléfono,

Corte, una lista de formularios y una lista para los demandantes y de los demandados que explica lo que tienen que hacer antes y después de la audiencia. Disponible en inglés. La traducción al español estará disponible dentro de poco.

**Guía para los inquilinos de California:** Esta Guía, una de las publicaciones más solicitadas del DCA, ha sido actualizada para reflejar las leyes y reglamentaciones más recientes que afectan a los inquilinos de California. Este libro, preparado por la División de Asuntos Legales del DCA, es



por pedido por correo y por Internet; Premios y regalos; Reembolsos; y, Rifas, concursos y loterías. Disponible en inglés. La traducción al español estará disponible pronto.

**Proyecto de Ley 68 de la Asamblea – Declaración de derechos de los compradores de automóviles – Hoja informativa:** A partir del 1º de julio de 2006, los consumidores que compren carros en las más de 10,000 agencias de automóviles del estado tendrán más protección. Este proyecto de ley, introducido por el miembro de la Asamblea Montañez, requiere que los vendedores de carros ofrezcan varias cosas a los posibles compradores: una opción de cancelación de dos días, dar a los compradores una lista detallada de las garantías y otras características y revelar los puntajes de crédito a los compradores, así como explicarles el sistema de puntaje y cómo se utiliza. El proyecto de ley también impone restricciones a la venta de vehículos como “certificados” y fija límites sobre los cargos de financiamiento de las agencias.

**Cómo usar la Corte de Reclamos Menores:** A veces, las disputas no se pueden resolver mediante arbitraje o mediación. Cuando eso sucede, el uso de la Corte de Reclamos Menores es una opción. Este folleto, preparado por la División de Asuntos Legales del DCA, proporciona una explicación paso a paso del proceso de la Corte, desde decidir si la Corte de Reclamos Menores es adecuada para su situación hasta llenar los papeles necesarios y prepararse para la corte, hasta el fallo. También incluye un glosario de términos de uso común en la

una buena fuente de información para los propietarios y los inquilinos y sobre derechos y responsabilidades que afectan a ambas partes, desde elegir un lugar para alquilar hasta mudarse a y desde. Disponible en inglés. La traducción al español estará disponible dentro de poco.

**Lista de publicaciones del DCA:** El DCA ofrece más de 200 publicaciones para el consumidor. Están disponibles en varios idiomas diferentes, en forma impresa y en línea y sobre temas que abarcan desde Contabilidad hasta Escuelas Vocacionales. Pida una copia de esta lista (o descárguela del Internet) y averigüe qué información tiene el DCA disponible para usted.

El DCA revisa continuamente sus publicaciones – y crea nuevas – para mantener a los consumidores de California informados sobre las leyes, reglamentaciones y normas más recientes, así como sobre las últimas tendencias en el mercado. Las publicaciones mencionadas en este boletín fueron creadas y publicadas hasta la primera mitad de 2006. Se planean más publicaciones para el otoño. Además, la mayoría de estas nuevas publicaciones pronto se traducirán a otros idiomas. Para pedir una copia de la lista de nuestras publicaciones o de cualquiera de los folletos y volantes más recientes, llame a la Línea especial de publicaciones, al (866) 320-8652, o al Centro de Información al Consumidor, al (800) 952-5210.

# DECLARACIÓN DE DERECHOS DE LOS COMPRADORES DE AUTOMÓVILES

## NUEVAS OPCIONES PARA LOS COMPRADORES—CON COSTOS

El Proyecto de Ley de la Asamblea (AB) 68, la Declaración de Derechos de los Compradores de Automóviles, entró en vigor el 1º de julio de 2006. El Departamento de Asuntos del Consumidor se unió con el Departamento de Vehículos Automotores para dar a conocer los beneficios—y las restricciones—de esta nueva ley a los consumidores de California.

### **En general, AB 68 ofrece lo siguiente a los consumidores:**

**Opción de cancelación:** Según la nueva ley, los consumidores que compran un vehículo usado por \$39,999.99 ó menos pueden comprar un contrato de cancelación de dos días. Dependiendo del precio de compra del vehículo, se puede cobrar una cuota de \$75 a \$399.99 por la opción, que viene con muchas reglas: La agencia puede limitar en el contrato el número de millas que se permite que se manejen, pero el límite no puede ser de menos de 250 millas. El vehículo se tiene que devolver en las mismas condiciones en que salió de la agencia y no debe tener embargos ni gravámenes. Además, el comprador debe devolver todos los papeles originales al concesionario. También se puede cobrar una cuota de reabastecimiento de vehículo de \$175 a \$500, pero la cuota de la opción de cancelación se tiene que descontar de esta cuota. Lo que esto significa es que los compradores ahora tienen un “período de enfriamiento”, pero que ese período tiene un precio.

*Nota:* La Opción de cancelación de contrato no es aplicable a los vehículos usados que cuesten \$40,000 ó más, ni tampoco a los vehículos nuevos, a las ventas privadas, a las motocicletas, a los vehículos de todo terreno, a los vehículos recreativos o a los vehículos que se vendan para uso de negocios o comercial.

**Vehículos usados certificados:** Los vendedores que anuncian un vehículo usado como “certificado” tienen que haber realizado una inspección completa del vehículo y deben entregar una copia del informe de inspección al comprador. Ningún vehículo se puede considerar “certificado” si tiene daños en el marco, si se vende “tal cual” (as-is), tiene el odómetro modificado o ha sido designado como rescatado, con compromiso de recompra del concesionario, con compromiso de recompra de “limón”, chatarra, con compromiso de recompra del fabricante, no reparable, inundación, etc. Si un vehículo estuvo en una inundación, en un incendio o tuvo daños de impacto, se debe reparar de conformidad con normas de seguridad antes de la venta.

**Añadidos:** Las agencias ahora tienen que dar a los compradores una lista de precios detallada si la venta del vehículo incluye cualquier tipo de contrato de servicio o de plan de mantenimiento, algún producto de seguro, un acuerdo de cancelación de deuda (llamado “gap insurance”), una alarma u otro dispositivo de seguridad en el vehículo, así como un producto de protección de la superficie exterior o interior o un acuerdo de opción de cancelación del contrato. Si se incluye alguno de esos productos, el concesionario debe incluir una descripción y el costo de cada artículo, el costo total de todos los artículos y los pagos mensuales totales en cuotas con y sin la compra de los artículos.

**Sin cargos ocultos:** ¿Sabía usted que algunas agencias aumentan sus cargos de financiamiento al obtener un préstamo para el comprador? La nueva ley prohíbe que las

agencias cobren más que el 2.5% por contratos con un plazo de 60 meses o menos y que el 2.0% por contratos por un plazo de 60 meses o más.

**Revelación del puntaje de crédito:** Si la agencia trata de obtener financiamiento para los compradores, debe proporcionar al comprador su puntaje de crédito. La agencia también tiene que proporcionar al comprador información de contacto con la entidad de información de crédito, la gama de posibles puntajes de crédito que la agencia emplea para establecer crédito e información sobre la manera en que se emplea el puntaje de crédito para determinar si se concederá el préstamo.

Si surgen problemas, trate de resolverlos con la otra parte o firma, si es posible. Si no puede obtener una resolución, puede ser aconsejable que considere ponerse en contacto con un abogado particular o con la división de reclamos menores de la corte de condado en su comunidad. Consulte la sección de Gobierno del Condado (County Government) en el directorio telefónico local para encontrar la corte de condado en su zona. También puede ponerse en contacto con un grupo de ayuda legal para que le ayuden. Las entidades de ayuda legal pueden proporcionar asesoramiento legal gratuito o representar a las personas que no pueden pagar un abogado particular. Los grupos de ayuda legal (Legal Aid) también figuran en las páginas blancas del directorio telefónico local.

A algunos consumidores les parece que vale la pena ponerse en contacto con el “Better Business Bureau” local para presentar quejas sobre las empresas de la zona. Consulte la sección de empresas del directorio telefónico local para encontrar la dirección y/o el número de teléfono del Better Business Bureau en su zona. Muchas estaciones locales de televisión y de radio también ofrecen ayuda al consumidor mediante un teléfono o una dirección especial.

Los consumidores también se pueden poner en contacto con la Oficina local de Investigaciones del DMV si la agencia no les ofrece alguna de las opciones indicadas más arriba. Para hacerlo, deben completar y enviar por correo un Formulario de datos de queja (Record of Complaint Form, INV 172A). El formulario se halla disponible:

- en el Internet en [www.dmv.ca.gov](http://www.dmv.ca.gov), en el menú de formularios, o
- llamando al 1-800-777-0133 para que se los envíen por correo, o
- en la oficina local del DMV.

Puede ver la condición de la licencia de la agencia yendo en línea a [www.dmv.ca.gov](http://www.dmv.ca.gov) y haciendo clic en los enlaces “Servicios en línea” (Online Services) e “Información sobre la condición de la licencia de agencias” (Dealer License Status Information).

**Puede encontrar más ayuda en los siguientes sitios web:**

Departamento de Asuntos del Consumidor, en [www.dca.ca.gov](http://www.dca.ca.gov)

Dirección de Reparaciones de Automóviles, en [www.smogcheck.ca.gov](http://www.smogcheck.ca.gov)

Programa de Certificación de Arbitraje, en [www.dca.ca.gov/acpl/](http://www.dca.ca.gov/acpl/)

---

*El Departamento de Asuntos del Consumidor desea agradecer especialmente a Spencer Walker, de su División de Asuntos Legales, a Kathy Chilimidos, de su Oficina de Desarrollo de Normas y Publicaciones, a Susan McBride, de la División de Publicaciones e Información en Línea del DMV y a Mary Garcia, de la División de Licencias de Operaciones del DMV por sus aportes a la preparación de la hoja de datos para el consumidor.*





## Sugerencias para sobrevivir

# los altísimos precios\$ de la gasolina

Ahora que la gasolina cuesta un promedio de \$3.50 el galón y que amenaza aumentar a \$4.00 ó más en el futuro cercano, todos estamos

preocupados. Pero en lugar de esperar pasivamente un descenso de los precios que tal vez nunca llegue, podemos tomar acción sacando el mayor provecho posible a lo que ponemos en nuestros tanques. A continuación, algunas sugerencias para aprovechar al máximo su gasolina:

### Antes de manejar:

Haga que un mecánico o un técnico calificado inspecciona su vehículo. Un motor en perfecta condición le dará mejor millaje que uno similar que no esté afinado. Además, un filtro de aire sucio hace que su motor trabaje más duro, y lo mismo ocurre con un filtro o inyectores de combustible sucios.

**Revise las llantas.** Los patrones de uso dispares pueden ser signo de mal alineamiento, que le puede costar millaje. Las llantas mal infladas también generan fricción, que causa que use más gasolina. Debido a que no todas las gasolineras tienen aire disponible, conviene invertir en un pequeño compresor de aire que pueda enchufar en el encendedor de su carro.

**Mire lo que lleva en la cajuela.** ¿Está llevando muchas cosas innecesarias, como el triciclo que iba a dejar en la venta de la iglesia o el calentador de cuando fueron de campamento el año pasado? Tal vez esté cargando peso extra innecesariamente. Los carros más livianos obtienen mejor millaje... y se suma.

**Límpielo.** Quitar maletas que no se usen, así como los portaequipajes para esquís y bicicletas aumenta el millaje al hacer que el vehículo sea más aerodinámico y haya menos resistencia. Además, los que manejan camionetas pueden reducir la fricción bajando la portezuela de atrás, lo que es legal si no está llevando nada.

### Al manejar:

**Pies pesados.** Un pie pesado en el acelerador reduce su millaje de manera significativa. Asimismo, por más aerodinámico que

sea su vehículo, la resistencia aumenta exponencialmente con la velocidad. Por ejemplo, aumentar la velocidad de 55 a 75 millas por hora hace que consuma al menos 20% más gasolina.

**La planificación ahorra dinero.** Consolidando viajes y mandados y planificando alrededor de los períodos de más tráfico reduce la cuenta de gasolina. Si su viaje es parte de su traslado normal al trabajo, compartiendo el viaje o utilizando el transporte público también puede dejarle más dinero en el bolsillo.

**¿Y el aire acondicionado?** Los estudios que compararon la mayor carga sobre el motor causada por el aire acondicionado con la resistencia que añade una ventana abierta han sido inconcluyentes. Si su aire acondicionado está funcionando bien, afecta el millaje de gasolina de la misma manera en que lo hacen las ventanas abiertas. Y, desde luego, el aire acondicionado encendido con las ventanas abiertas le dará aproximadamente el mismo millaje que un tanque de batalla Abrams.

### Mitos de millaje: ¿Verdadero o falso?

**Imanes mágicos:** Los imanes puestos en la manguera de gasolina alinean y canalizan las moléculas de gasolina, haciendo que la gasolina se queme con mayor eficiencia. Falso. Los imanes sólo alinean y canalizan el dinero desde su billetera hasta el bolsillo del vendedor de los imanes.

**Super aditivos:** Pastillitas verdes, elixires, pastas y bálsamos dicen aumentar el millaje de su vehículo. Falso. Algunos pueden, pero no más que el equivalente de la mezcla de benceno que llamamos "gasolina" a su precio de compra.

**Carburadores milagrosos y componentes de fusión en frío:** ¿Puede ser que un inventor aislado haya descubierto una tecnología de combustible super eficiente sin que ningún ingeniero o científico del mundo se haya enterado? Posible, pero poco probable. Pero por las dudas, no vacile en teleportarnos un prototipo para que hagamos una evaluación gratis.

**¿Mito de la cera?** ¿Es verdad que lavar bien el vehículo, ponerle cera y lustrarlo aumenta el millaje? Sí, pero sólo si maneja una avioneta Lear. Es un mito que encerar el carro aumenta el millaje. Pero con los precios de hoy en día de la gasolina, puede ayudar a que maneje más a gusto.

# El DCA ayuda a veteranos a prevenir el robo de identidad

El Departamento de Asuntos del Consumidor (DCA) se unió con el Departamento de Asuntos de Veteranos de California (CDVA) en mayo y en junio para coordinar talleres de protección de la privacidad para proteger a los veteranos de California contra el robo de identidad, después de que hubo una gran violación de la seguridad en el Departamento de Asuntos de Veteranos de EE UU (USDVA).

A fines de mayo, el USDVA anunció que datos electrónicos con información personal de unos 26.5 millones de veteranos habían sido robados como resultado de un robo en una residencia de un suburbio del estado de Maryland en el cual se llevaron una computadora portátil y un disco externo de computadora. Después de una revisión más exhaustiva, el USDVA anunció que los datos faltantes también incluían información sobre personal activo militar, de reservistas y de la Guardia Nacional.

El DCA y su Oficina de Protección de la Privacidad (COPP) de California

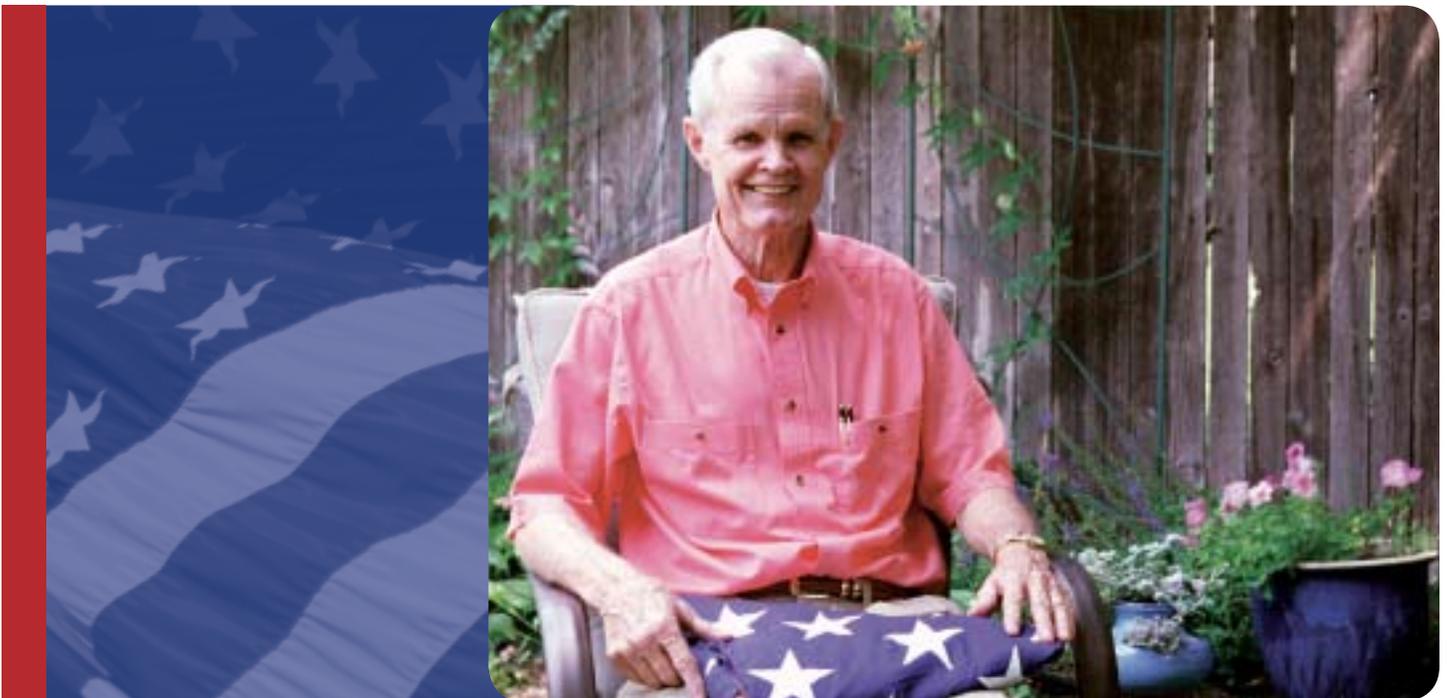
rediseñaron inmediatamente la presentación estándar de la COPP sobre robo de identidad para hacerla específica para veteranos. A los pocos días, representantes del DCA y del CDVA se reunieron para empezar a elaborar un plan estratégico para ayudar a los veteranos de California a luchar contra los robos de identidad que pudieran haber resultado de la violación del USDVA.

Durante el mes de junio, la COPP participó en 10 conferencias de veteranos y tuvo talleres en Sacramento, la zona este de la bahía de San Francisco, Los Angeles, San Diego, Santa María, Fresno, Clovis y Redding, 13 talleres en total. Las presentaciones fueron interactivas y dieron a los veteranos la oportunidad de hacer preguntas sobre métodos de protección de la privacidad. Se calcula que 3,000 veteranos o miembros de sus familias se beneficiaron de las presentaciones.

El 28 de junio de 2006 el equipo de computación fue recuperado por las

autoridades de cumplimiento de la ley. Después de las pruebas forenses del FBI se cree que el equipo – y la información que contenía – están intactos. La ola inicial de talleres de protección de la privacidad presentados por la COPP se redujo, pero se seguirá ofreciendo a pedido a organizaciones de veteranos y de personal militar en servicio activo.

El robo de identidad, el delito de mayor crecimiento en Estados Unidos, sigue siendo un tema al que todos los consumidores se deben dirigir con vigilancia. El DCA y el CDVA ahora están trabajando con los Oficiales de Servicios de Veteranos del condado (CVSO) en los 58 condados de California. Se capacitará a personal del CVSO para que proporcione información sobre privacidad a todos los veteranos, soldados y sus familias como parte de las sesiones de información rutinarias y en aras del objetivo final de reducir el invasor delito de robo de identidad.



Los consumidores dan un suspiro de alivio con la

## EXPANSIÓN DEL PROGRAMA DE REPARACIONES Y DADA DE BAJA DE AUTOMÓVILES

**B***reathe Easier* es un programa de información al público iniciado por el gobernador Schwarzenegger para restituir la parte vencida de dada de baja de vehículos del Programa de Asistencia al Consumidor (Consumer Assistance Program, CAP). Iniciado en noviembre de 1998, CAP ofrece a los consumidores que califican asistencia en dinero en efectivo para reparar sus vehículos y aprobar la inspección de smog requerida por California. Si

sus vehículos se consideraban como muy contaminadores, tenían la opción de recibir \$450.00 para darlos de baja. Aunque los grandes contaminadores representan sólo entre el 10 y el 15% de los vehículos de California, aportan el 50% de la contaminación del aire vinculada a automóviles.

Cuando el gobernador y la legislatura reanudaron la dada de baja de vehículos en 2004, las cantidades de reparación y dada de baja se aumentaron a \$500 y \$1,000, respectivamente. Y el Programa *Breathe Easier* fue expandido en marzo de 2005, cuando el gobernador Schwarzenegger fijó un objetivo de eliminación de 15,000 automóviles muy contaminantes de las carreteras del estado para junio de 2006. Ese número se alcanzó y excedió en abril, eliminando más de 705 toneladas anuales de contaminantes del aire de los cielos de California, ó 2,115 toneladas durante los tres años del plazo de vida esperado de los vehículos dados de baja.

Si bien este es sólo un comienzo, los beneficios de salud son significativos desde el punto de vista estadístico.

Al aplicar la eliminación de 705 toneladas de emisiones de vehículos a modelos epidemiológicos existentes, la Junta de Recursos de Aire de California estimó que: salvaría una vida humana, prevendría un ingreso cardiovascular y dos respiratorios al hospital, evitaría dos ataques de bronquitis y 24 de asma y eliminaría 140 días de pérdida de trabajo, 1,600 ausencias escolares y 3,200 días de actividad restringida por año.<sup>1</sup> No está nada mal para un programa que costó \$1.5 millones a los contribuyentes.

“Todas las veces que ayudamos a los dueños a arreglar sus vehículos muy contaminantes o los retiramos permanentemente de las carreteras, protegemos nuestro ambiente y avanzamos hacia un aire más limpio”, dijo Charlene Zettel, Directora del Departamento de Asuntos del Consumidor de California.

Este año, calificar para el programa CAP es todavía más fácil. California aumentó el requisito de nivel de ingreso para obtener asistencia para reparaciones, en que el estado paga hasta \$500 en reparaciones vinculadas a las emisiones de vehículos que no aprobaron la inspección de smog. La legislación que entró en vigor este año aumentó el requisito de ingreso para participar en el programa al 200% del nivel de pobreza federal. El requisito anterior era del 185%.



*Charlene Zettel, la Directora del Departamento de Asuntos del Consumidor, se dirige al público en la Exposición de Aire Limpio de Fresno.*

Hay planes para aumentar esa cantidad este verano al 225% del nivel de pobreza federal. Por ejemplo, en el umbral más elevado del 200%, una familia de cuatro con un ingreso familiar bruto anual de \$40,000 puede calificar para asistencia. El límite de ingreso anterior era de \$35,798. Otra manera de calificar para asistencia con las reparaciones es si un vehículo se dirige a una estación donde sólo hacen inspecciones (Test-Only) de smog.

No hay un requisito de ingreso familiar ni de "Test-Only" para dar de baja un vehículo. Póngase en contacto con la Agencia de Reparaciones Automovilísticas, llamando al (800) 952-5210, o visite [www.autorepair.ca.gov](http://www.autorepair.ca.gov) para obtener una solicitud del CAP con detalles sobre los requisitos vigentes de ingreso y vehículos. Los propietarios primero tienen que presentar una solicitud y hacer que se apruebe para poder participar en el programa.

Para obtener información sobre la campaña *Ayude a California a Respirar Mejor* (Help California Breathe Easier) o para obtener solicitudes para el Programa de Dada de Baja de Vehículos o el Programa de Asistencia con las Reparaciones, visite [www.BreatheEasier.ca.gov](http://www.BreatheEasier.ca.gov) o llame sin costo a la línea especial del Departamento de Asuntos del Consumidor, (800) 952-5210.

Las siguientes entidades participan en la campaña *Breathe Easier*: Agencia de Servicios Estatales y al Consumidor de California, Agencias de Salud a Servicios Humanos de California, Agencia de Protección del Medioambiente de California, Departamento de Vehículos Motorizados, Departamento de Asuntos del Consumidor y su Agencia de Reparaciones Automovilísticas.

<sup>1</sup> Para los fines de este artículo, el cálculo supone exposición uniforme bajo condiciones uniformes a hidrocarburos y óxido nítrico en todo el estado. Las incertidumbres de la mortalidad, el ingreso respiratorio al hospital, el ingreso cardiovascular al hospital, el asma y los trastornos de las vías respiratorias inferiores, la bronquitis, las ausencias escolares, los días de trabajo perdidos y los días de actividad restringida son: >1 a 2, 1-3, >1 a 1, 9-38, >1 a 4, 640 a 2,500, 120 a 160 y 1,300 a 5,300.

# Respirar mejor

## Para pasarlo padrísimo

¿Quiere ver a una máquina monstruosa que puede aplastar un carro grande hasta dejarlo como un cubo del tamaño de una mesita? Los californianos que asisten a la Feria del Estado de California, que es del 11 de agosto al 4 de septiembre en Cal Expo, en Sacramento, tendrán la oportunidad de ver todas las noches un vehículo que contamina mucho siendo aplastado hasta ser algo que no contamina nada. Se los invita también a pasar por el puesto *Breathe Easier* del Departamento de Asuntos del Consumidor para información sobre la demostración de aplastar vehículos y otros programas del DCA. Los propietarios de vehículos también pueden averiguar cómo pueden calificar para obtener asistencia para aprobar la inspección de smog o cómo dar de baja sus vehículos que contaminan mucho y recibir \$1,000.



# ¡No sea el blanco de estafadores!

## Protéjase contra los ladrones de identidad



Estamos en el medio de la Era de la Información. En línea enviamos mensajes, compramos productos, “blogueamos”, enviamos tarjetas, aprendemos a jugar al póquer, vemos deportes y obtenemos recetas de cocina, todo a la velocidad de la luz. Nuestros buzones están llenos de ofertas de tarjetas de crédito. Se puede tener acceso a prácticamente todo—incluyendo información personal—en segundos.

La Oficina de Protección de la Privacidad (COPP) del Departamento de Asuntos del Consumidor (DCA) proporciona información sobre cómo protegerse y qué hacer si es víctima de robo de identidad. A continuación son 10 sugerencias para protegerse contra los ladrones de identidad:

**Proteja su número de Seguro Social.** Deje la tarjeta en su casa, no en su billetera. Si su plan de salud o su banco usan su número del Seguro Social como número de cuenta o de identificación, pida que le den uno diferente.

**No muerda la carnada de los “phishers”.** Los estafadores tratan de hacer que usted les dé información por teléfono, por correo electrónico y por correo ordinario pretendiendo ser bancos, tiendas o entidades de gobierno. ¡No muerda la carnada! Nunca dé información personal.

**No tire nada con su identificación.** No tire nada que contenga información personal sin destruirlo primero. Corte en tiritas o rompa los papeles con información personal antes de tirarlos a la basura.

**Controle su información financiera.** La ley de California requiere que su banco y otros servicios financieros le pidan permiso para compartir su información personal con otras empresas.

### **Proteja su computadora**

**contra virus y espías.** La información personal que almacena en la computadora de su casa también necesita protección. Use protección de cortafuegos y contra virus y programas espía y póngala al día frecuentemente. Haga que su contraseña sea difícil de adivinar. No haga clic en ventanas emergentes (pop-ups) ni en los mensajes por correo electrónico no solicitados (spam).

**Haga clic con cuidado.** Está por pagar lo que está comprando en línea. Antes de poner la información de su tarjeta de crédito, verifique que el sitio web empiece con “https” en la barra con la dirección y que tenga un símbolo de un candado abajo.

### **Mire sus cuentas y sus estados de cuenta bancarios.**

Abra sus cuentas de tarjetas de crédito y sus estados de cuenta bancarios lo antes posible después de recibirlos. Verifique que todas las compras y retiros de dinero sean suyos. Si encuentra alguna actividad no autorizada, infórmela inmediatamente.

**Pare las ofertas de crédito preaprobadas.** Puede parar la mayoría de las ofertas preaprobadas haciendo que se retire su nombre de las listas de comercialización de las agencias de crédito. Llame sin cargo al 888-5OPTOUT (888-567-8688).

**Haga preguntas.** Si se siente incómodo con la cantidad de información personal que le están pidiendo durante una transacción, pare. Dígales que le preocupa el robo de identidad. Si se sigue sintiendo incómodo, váyase.

**Vea sus informes de crédito... gratis.** Usted tiene derecho a obtener un informe de crédito gratuito por año de las agencias nacionales de crédito: Equifax, Experian y TransUnion. Puede pedir sus informes de crédito gratuitos llamando sin cargo al (877) 322-8228 ó en línea en <https://www.annualcreditreport.com/cra/index.jsp>.

La Oficina de Protección de la Privacidad ofrece muchas más sugerencias para proteger su privacidad en su sitio web, en [www.privacyprotection.ca.gov](http://www.privacyprotection.ca.gov).

# Encuesta de *Conexión con el Consumidor*

**B**ienvenido a la encuesta del boletín *Conexión con el Consumidor* del Departamento de Asuntos del Consumidor. Si tiene unos minutos, por favor responda a nuestra encuesta en línea. Los datos de la encuesta se emplearán únicamente para mejorar nuestros boletines futuros.

## 1) ¿Le pareció útil la información en nuestro boletín?

- Muy útil
- Algo útil
- Neutral
- No me pareció útil

Comentarios:

---

---

## 2) En una escala del 1 al 5, en que 5 es lo mejor, ¿cómo calificaría el contenido general de este boletín?

1      2      3      4      5

Comentarios:

---

---

## 3) Identifique el artículo – o los artículos – que le parecieron más valiosos.

---

---

---

## 4) ¿Qué temas le gustaría ver en números futuros? (Seleccione todos los que desee.)

- Temas de medicina y la salud
- Robo de identidad
- Reparaciones del automóvil
- Temas de propietarios e inquilinos
- Estafas de reparaciones de la vivienda
- Otro(s): \_\_\_\_\_

## 5) ¿Cómo se describiría a sí mismo?

- Representante de los medios de comunicación
- Legislador o miembro del personal legislativo
- Miembro de un grupo de consumidores
- Miembro del público en general
- Miembro del personal de la Oficina del Procurador General
- Miembro de una organización de consumidores (CBO)
- Miembro del personal de una entidad gubernamental
- Empleado del Departamento de Asuntos del Consumidor
- Otro:

---

---

## 6) ¿Dónde está ubicado?

- Zona de Los Angeles
- Condado de Orange
- San Diego
- Riverside/San Bernardino
- Valle Central
- Zona de la Bahía
- Norte de California
- Sacramento

Gracias por responder a nuestra encuesta. Si tiene algún comentario adicional sobre el boletín *Conexión con el Consumidor*, háganoslo saber.





# Los consumidores hablaron y el DCA escuchó

Las críticas son difíciles para todos, pero sin ellas es imposible mejorar y crecer. El otoño pasado, el Departamento de Asuntos del Consumidor (DCA) contrató al Grupo de Investigación Aurora para que realizara un estudio de las opiniones de los consumidores sobre el Departamento. La encuesta de cuatro meses consistió de 1,000 entrevistas en todo el estado de californianos demográficamente representativos y 300 entrevistas de integrantes de tres grupos identificados como subatendidos: hispanohablantes, personas de mayor edad y consumidores de bajos ingresos. Ese fue el primer estudio de ese tipo que hizo el DCA.

El análisis se concentró en tres áreas: conocimiento de los consumidores de la existencia del DCA e impresión general de su efectividad, los problemas principales que enfrentan los consumidores y las diferencias entre grupos, y sugerencias sobre cómo puede mejorar el DCA y la mejor manera en que se puede comunicar con los consumidores.

Lo bueno es que el estudio indica que más de las tres cuartas partes sabían que existía el DCA y que el 78% de ellos tenía una opinión generalmente positiva. Sin embargo, sólo entre el 57 y el 69% de los grupos subatendidos había oído hablar del Departamento, y entre el 67 y el 71% de las personas de esos grupos que respondieron a la encuesta registraron opiniones positivas.

En relación con los problemas, el robo de identidad y el fraude de tarjetas de crédito encabezaron la lista de las inquietudes generales de los consumidores. Además, los grupos hispanohablantes expresaron tener inquietudes “muy serias” sobre disputas entre propietarios e inquilinos, problemas vinculados a los automóviles y fraude de bienes raíces. En general, el 39% de los que respondieron a la encuesta en todo el estado dijeron haber tenido experiencias directas con problemas de consumidores. En este caso, el robo de identidad también estuvo a la cabeza de la lista. Específicamente, los grupos de bajos ingresos e hispanohablantes tuvieron mayores incidentes individuales de disputas entre propietarios e inquilinos y problemas vinculados a los automóviles, respectivamente.

Finalmente, los que respondieron a la encuesta expresaron una preferencia general por los canales de comunicación de dos vías o de comunicación activa: el 70% clasificó el sitio web del DCA, el formulario en línea de presentación de quejas de clientes y el número telefónico gratuito como instrumentos efectivos. Los grupos subatendidos favorecieron especialmente el último, con la salvedad de que el centro de llamadas



siga proporcionando agentes bilingües. Para los medios unidireccionales o pasivos, los periódicos y el radio fueron los canales de comunicación preferidos.

Para responder a esas diversas necesidades, el DCA emplea y planea emplear una amplia variedad de medios y estrategias de comunicación:

La encuesta reveló que el Centro de Llamadas (Call Center), el sitio web, y la presentación de quejas en línea son los canales de comunicación bidireccionales preferidos del público. En 2006, el DCA siguió destinando personal al Centro de Llamadas y al sitio web, y actualizando y expandiéndolos. Se estima que atenderán unas 830,000 llamadas, 830 de las cuales serán en uno de los 144 idiomas que se hablan en el Centro. Al final de este año, el Centro habrá respondido a unos 18,000 mensajes por correo electrónico. Asimismo, habrá habido cerca de 60 millones de accesos al sitio web del DCA y el sitio se habrá empleado para descargar unas 125,000 copias de publicaciones.

En lo referente a publicaciones individuales, el DCA mantuvo una lista activa de 193 folletos, guías y libros de fuentes en hasta 14 idiomas. El público tuvo acceso a 181 de ellos descargándolos del sitio web. También en 2006, el DCA revisó o produjo 30 publicaciones.

Dirigiéndose a los periódicos y el radio, los medios de comunicación pasivos preferidos del público, la Oficina de Asuntos Públicos del DCA preparó, divulgó y respondió a entre 40 y 50 boletines de prensa. Además, la Oficina de Desarrollo de Normas y Publicaciones del DCA preparó y envió por correo un paquete de comercialización con el boletín *Conexión con el consumidor* y cinco de las publicaciones más populares del DCA. Esos paquetes se enviaron a 123 estaciones de radio y a cinco de los principales diarios de California cuyos públicos hablan un idioma extranjero. El DCA invitó a esos medios a que se unieran a él en un esfuerzo para compartir temas vinculados a los consumidores e información con sus públicos.

Los talleres y eventos también fueron medios de comunicación que agradaron a los consumidores. En este aspecto el DCA también estuvo activo, al ser el anfitrión de la Segunda Cumbre Anual Sobre Robo de Identidad, realizada en febrero, y de la Primera Cumbre sobre Personas de Mayor Edad, realizada en mayo. En ambos eventos hubo paneles y talleres que informaron a los participantes y les permitieron formar redes con otras organizaciones comunitarias y grupos de consumo. Además, el DCA fue anfitrión de una serie de foros y talleres más pequeños, incluyendo siete eventos en la semana de la mediación, tres paneles que se dirigieron a métodos para parar las estafas a personas de mayor edad y una Mesa Redonda de Líderes de Consumidores.

El DCA, que no quiso dejar de lado a los consumidores más jóvenes, fue anfitrión de su segundo Desafío LifeSmarts, en que adolescentes compiten sobre conocimientos de consumidores. Y este año el DCA inició el Programa de Ciber Seguridad de California.

Todo esto es para decir que el DCA está prestando atención a los consumidores y que tiene la intención de seguir escuchándolos y respondiendo a sus necesidades.

# Alerta de estafas a los consumidores

## RESUMEN DE ESTAFAS OCURRIENDO EN EL ESTADO



**Artimañas de viajes:** Los inmigrantes recientes tienden a echar de menos a sus países, lo que causa que sean especialmente susceptibles a estafas en las que agentes de viajes les ofrecen vuelos muy baratos para viajar a sus países de origen. Pero antes del día del vuelo, los agentes a veces informan que la aerolínea o la compañía de vuelos charter cerraron sus puertas y que no hay reembolsos. Si bien el dinero del pago de los pasajes aéreos debería haberse depositado en una cuenta de fideicomiso o debería haber ido a una compañía de aviación, probablemente desapareció en el bolsillo del agente. ¿Qué hacer? Póngase en contacto con la Oficina del Procurador General mediante su sitio web, en <http://ag.ca.gov/travel>, o por teléfono llamando al (213) 897-8065. Todos los agentes de viajes de California se tienen que inscribir en la Oficina del Procurador General, que también tiene información sobre cómo solicitar un reembolso de compensación de víctimas. Y los consumidores prudentes pueden pensar en adquirir una póliza de seguro de viaje. Las firmas que las ofrecen tienen que estar registradas en el Departamento de Seguros de California, cuyo número de teléfono es (800) 927-4357.

**Niños que venden golosinas:** A la mayoría de nosotros nos cuesta trabajo resistir los ruegos de niños pobres que venden galletitas en la puerta de los supermercados locales. Estafadores cuentan con ello cuando reclutan a niños de bajos ingresos para que vendan sus golosinas, aunque en este caso todas las ganancias terminan en el bolsillo de delincuentes. Típicamente, esos niños trabajan sin supervisión doce horas sin recibir un centavo al final de su turno. Las obras de beneficencia legítimas siempre tienen que proporcionar a un adulto para que supervise a los niños. Además, tienen que tener una tarjeta de identificación que demuestre que cuentan con una inscripción vigente en la División de Fideicomisos de Beneficencia del Procurador General. Puede verificar la legitimidad de cualquier obra de beneficencia que opere en California en el sitio web del Procurador General, en: <http://caag.state.ca.us/charities/index.htm>.



**El ataque de los clonómviles:** Delincuentes están copiando los números de identificación (vehicle identification numbers, VIN) de vehículos de propiedad legal y documentados y produciendo placas falsificadas. Luego, roban un vehículo idéntico y reemplazan el VIN con las placas falsificadas. Después ya sea falsifican documentos de propiedad u obtienen documentación de propiedad con declaraciones falsas. En ambos casos eso les permite vender el vehículo robado a un comprador inocente. La mayoría de los organismos que emiten licencias no verifica propiedad doble cuando se les entrega un documento de propiedad de fuera del estado. Además, es fácil asegurar el mismo VIN simultáneamente en diferentes lugares. En la actualidad este es un delito muy lucrativo con poca probabilidad de detección. Los consumidores se pueden proteger haciendo una investigación del título del vehículo antes de comprarlo y haciendo que su compañía de seguros inspeccione el vehículo. También pueden verificar el VIN con el Departamento de Vehículos Motorizados. Evite comprar vehículos de desconocidos o de empresas que no sean miembros acreditados del Better Business Bureau.

## Calendario de extensión

ago.

11-9/4 Feria del Estado de California

**Ubicación:** Cal Expo

1600 Exposition Parkway, Sacramento, CA 95815

**Dirección en el Internet:** Para los horarios, precios de las entradas y más información, visite [www.bigfun.org](http://www.bigfun.org)

**Teléfono:** (916) 263-FAIR



sept.

8 Feria del Condado de Los Angeles

**Ubicación:** 1101 W. McKinley Ave., Pomona, CA 91768

**Dirección en el Internet:** Para los horarios de la feria, los precios de las entradas y más información, visite [www.fairplex.com/2005/homepage.asp](http://www.fairplex.com/2005/homepage.asp)

**Teléfono:** (909) 623-3111

oct.

4-15 Gran Feria de Fresno

**Ubicación:** 1121 S. Chance Ave., Fresno, CA 93702

Para los horarios de la feria, los precios de las entradas y más información, visite [www.fresnofair.com/](http://www.fresnofair.com/)

**Teléfono:** (559) 650-FAIR



# 2006

# RECONOCIMIENTO

## OFICINA DE DESARROLLO DE NORMAS Y PUBLICACIONES

SONJA MEROLD  
CAROL STOVER  
JUNE VARGAS  
KATHY CHILMIDOS  
RAMONA GODOY  
RICARDO VILLANUEVA  
ROSE AVILA

## COMITÉ DEL CONEXIÓN CON EL CONSUMIDOR

BEV AUGUSTINE  
JIM EPP  
JUNE VARGAS  
KATHY CHILMIDOS  
MILES BRISTOW  
PAT SMITH  
SONJA MEROLD  
SYLVIA RAMOS



Arnold Schwarzenegger  
Gobernador del Estado  
de California

Rosario Marin  
Secretaria de la Agencia de Servicios  
Estatales y al Consumidor

Charlene Zettel  
Directora del Departamento de  
Asuntos del Consumidor

Department of Consumer Affairs  
Policy and Publications Development Office  
1625 N. Market Blvd., Suite N-112  
Sacramento, CA 95834

